

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА КАК ИНСТРУМЕНТА ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

*Н.В. Лопухова, О.С. Ефимова,*  
Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
Россия, г. Казань

**Ключевые слова:** *управленческий учет, инструменты, себестоимость, затраты, строительство, регламент.*

В современных условиях наблюдается развитие теории и практики российского управленческого учета, пока не получившего явного отраслевого развития. Тем не менее, существующая экономическая ситуация приводит к необходимости его теоретического, научного и практического осмысления и обоснования, в том числе с учетом специфики видов деятельности предприятия.

Республика Татарстан по основным макроэкономическим показателям традиционно входит в число регионов-лидеров Российской Федерации (данные 2015г.): 7 место – по объему валового регионального продукта и 5 место – по объему промышленного производства и строительства [1]. Так, среди субъектов РФ наибольшие объемы жилищного строительства в 2015 году осуществлялись в Московской области, где введено 10,1 % от сданной в эксплуатацию общей площади жилья по России в целом, Краснодарском крае – 5,5 %, Москве – 4,6 %, Санкт-Петербурге – 3,6 %, Республике Башкортостан – 3,2 %, Новосибирской области – 3,1 %, Свердловской области – 3,0 %, Республике Татарстан и Ростовской области – по 2,9 % [2]. Объем работ выполненных по виду деятельности «Строительство» в 2015 году в Республике Татарстан составил 285,2 млрд. руб., или 100,1 % в сопоставимых ценах к уровню 2014 года. Ведено 2405,5 тыс.кв.м. общей площади жилья, в том числе по программе социальной ипотеки – 323 тыс.кв.м [1]. Положительная динамика в строительной отрасли наблюдается уже и в 2016 году: за январь-февраль 2016 г. крупными и средними предприятиями выполнено работ по виду деятельности «Строительство» на 9347,7 млн. рублей, или 131,8 % к уровню января-февраля 2015 г. [3].

В процессе исследования нами была изучена динамика изменения стоимости 1 кв.м. первичного рынка недвижимости в г. Казань в 2015 году. Были рассмотрены данные по стоимости одно-, двух-, трехкомнатных квартир в различных районах города Казани в ежемесячной динамике [4]. Мы установили, что цена продажи 1 кв.м зависит от района, в котором располагается квартира и от месяца продажи (рис. 1).

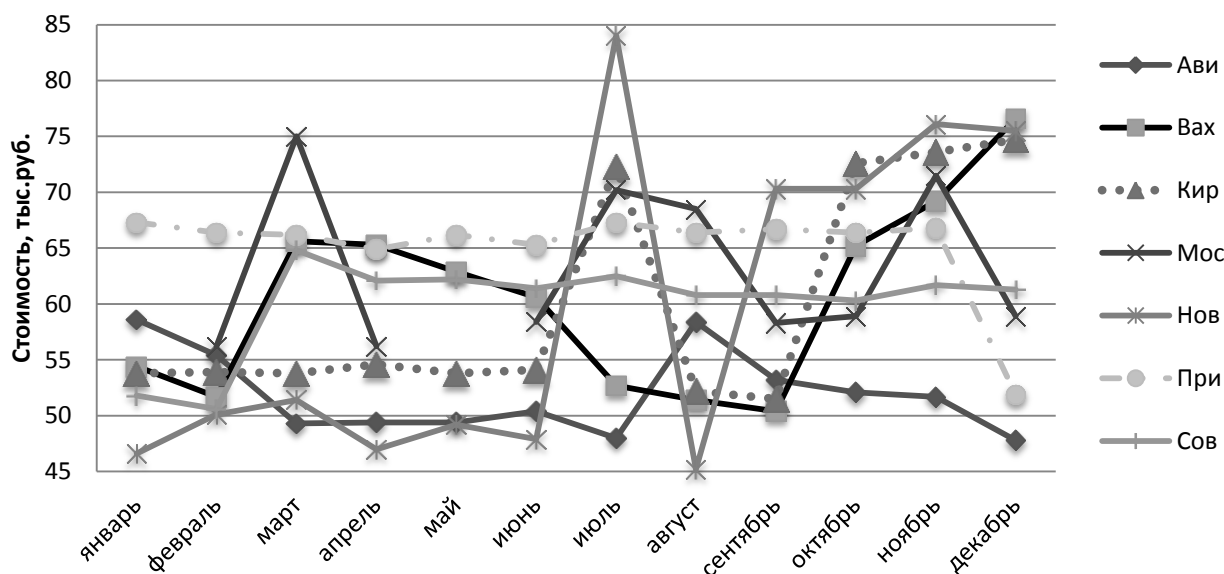


Рис.1. Динамика цен на 1 кв.м однокомнатных квартир в г. Казань в 2015 г.

Цена продажи 1 кв.м формируется и в зависимости от количества комнат в квартире: однокомнатные квартиры стоят дороже, чем двухкомнатные, а двухкомнатные дороже, чем трехкомнатные.

Квартиры меньшей площадью стоят дороже в расчете на 1 кв.м, чем квартиры с одинаковым количеством комнат, но с большей площадью. В ходе исследования подтвердилось, что наибольшая среднегодовая стоимость 1 кв.м продажи однокомнатных квартир средняя по районам – 59,98 тыс. рублей, что на 8,07 % выше, чем среднегодовая стоимость 1 кв.м двухкомнатной квартиры в среднем по районам (рис. 2).

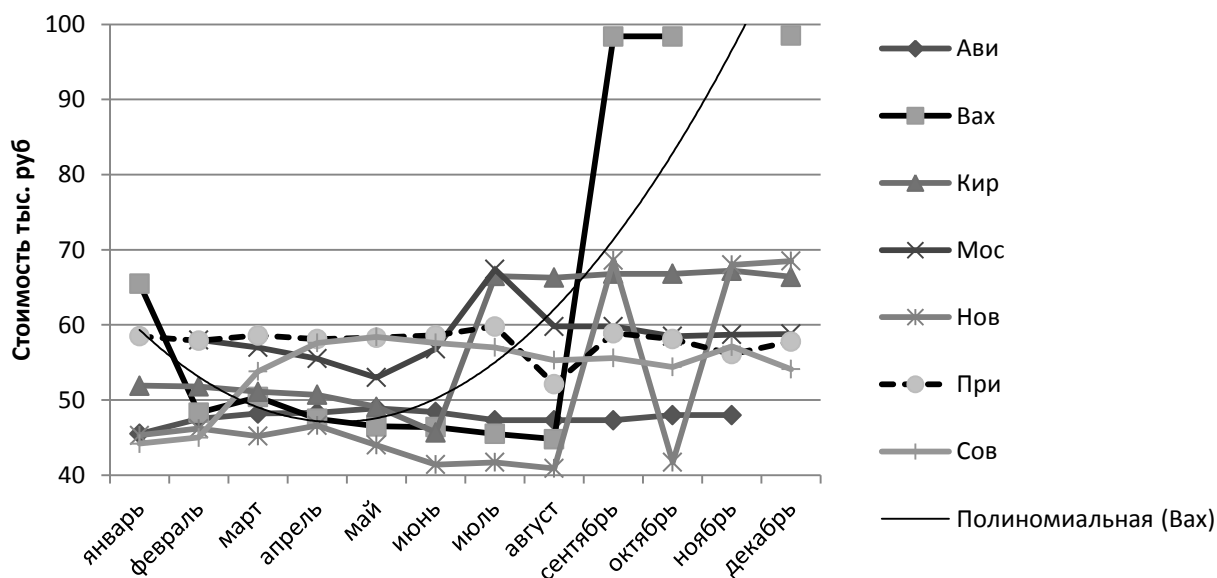


Рис.2. Динамика цен на 1 кв.м двухкомнатных квартир в г. Казань в 2015 г.

Как видно из рисунка 3, среднегодовая стоимость 1 кв.м трехкомнатной квартиры по всем районам составила 51,52 тыс. рублей. Это уже на 14,1 % меньше стоимости 1 кв.м в однокомнатных квартирах.

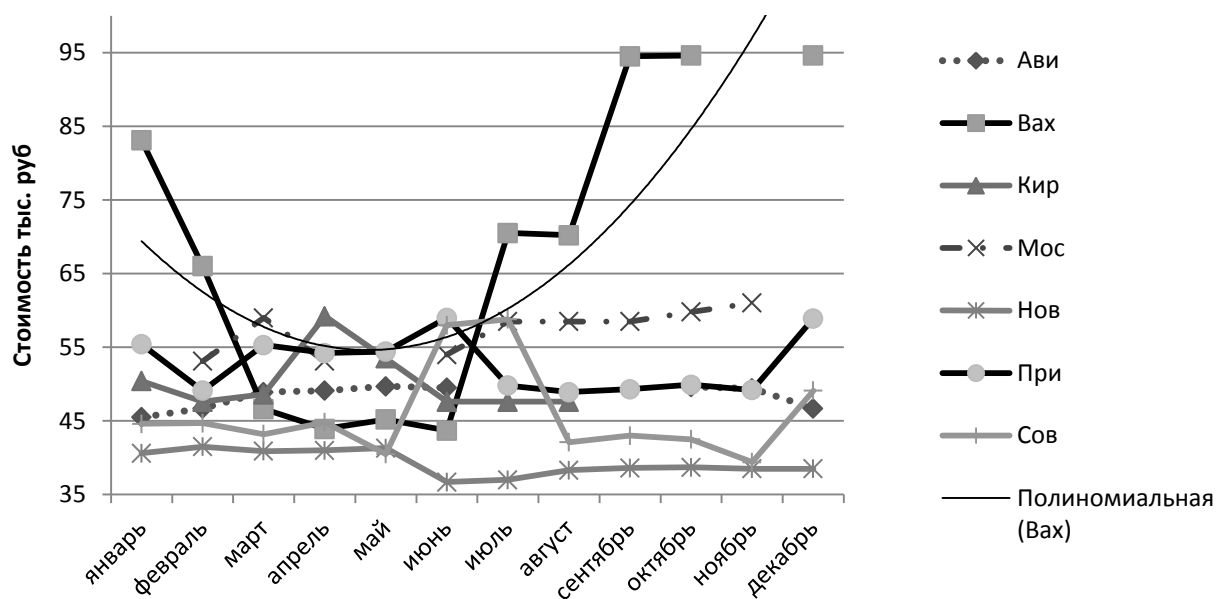


Рис.3. Динамика цен на 1 кв.м трехкомнатных квартир в г. Казань в 2015 г.

Как видно из графиков разница в стоимости 1 кв.м в разных районах в один временной период может достигать практически 200 %, а внутри одного района различие в течение года примерно такое же. При этом затраты на постройку, то есть себестоимость 1 кв.м, не будут иметь такой амплитудности. Поэтому разница в стоимости возводимого жилья в зависимости от его местонахождения и времени года может быть спрогнозирована строительными компаниями и учтена при ведении строительных работ. Для этого может быть использован Таргет-костинг, который позволяет запланировать достижение определенной цены как за один квадратный метр, так и за квартиры с разным количеством комнат. Таргет-костинг также позволит сформировать ценовой подход при продаже квартир с черновой отделкой, предчистовой и чистовой. Анализ ожиданий будущих покупателей в каждом конкретном районе застройки при установленном сроке сдачи объекта строительства покажет минимальную и максимальную границы цены, которые могут быть использованы при заключении договоров долевого участия на разных стадиях строительства, а также по его завершению.

В настоящее время цена продажи объекта строительства (квартиры, офиса) устанавливается застройщиком исходя из уровня сложившихся на момент строительства цен на рынке недвижимости в регионе нахождения объекта, а не из уровня своих затрат на строительство объекта. Цена договора долевого участия и финансовый результат застройщика в разрезе каждого заключенного договора долевого участия также во многом зависит от стадии строительства дома, от времени года. Так, для привлечения долевых взносов на первоначальной стадии строительства объектов застройщик вынужден заявлять низкие цены продажи, иногда даже ниже плановой себестоимости строительства, тем самым обеспечивая приток денежных средств. Распределение себестоимости строительства не соответствует формированию застройщиком цен продажи на объекты долевого строительства, которые ему диктует рынок.

Проанализировав суть проблем, с которыми сталкиваются застройщики при формировании стоимости завершённых строительством объектов и возможные пути их решения, приходим к выводу, что в условиях отсутствия законодательно установленной методики каждый застройщик должен разрабатывать свою экономически обоснованную модель определения стоимости строительства объекта, используя рекомендации экспертов, практический опыт других организаций, материалы арбитражной практики, что еще раз подтверждает необходимость использования инструментов управленческого учета.

Для подрядных организаций наличие твердых цен на проведение строительных работ ставит жесткие рамки, в которые необходимо вписаться. Здесь на помощь подрядчику приходит система управления затратами Таргет-костинг. Система Таргет-костинга предусматривает расчет целевой себестоимости продукта труда исходя из предварительно установленной цены продажи. Далее обратным ходом определяют приемлемую целевую себестоимость, обеспечивающую достаточный уровень целевой прибыли. Таким образом, концепцию расчета целевой себестоимости можно представить следующей схемой:

Фиксированная цена объекта строительства – Целевая прибыль компании = Целевая себестоимость объекта строительства → Проектирование объекта строительства → Сметная себестоимость объекта строительства.

Традиционно система Таргет-костинг используется на стадии проектирования и внедрения в производство нового продукта, то есть на первых этапах жизненного цикла продукта. Однако, строительство как процесс имеет существенные особенности, которые влияют на применение данной системы. Процесс строительства очень длительный, имеет множественные риски на разных этапах строительства, может характеризоваться значительным количеством исполнителей – подрядчиков и субподрядчиков.

Преимущество системы Таргет-костинг как для заказчика, так и для подрядчика, заключается в обеспечении координации и управления на каждом этапе строительных работ. Менеджеры и специалисты, стремясь приблизиться к целевой себестоимости, часто находят новые, нестандартные и инновационные решения. Постоянный ориентир на целевую себестоимость на стадии проектирования объекта ограждает инженеров от искушения применить более дорогостоящую технологию или материал, что не позволит строительной компании выиграть тендер на проведение работ.

Фактически строительные компании уже сейчас реализуют отдельные принципы системы Таргет-костинг. Зачастую услуги подрядчика оплачиваются в соответствии со сметами, в которых используются твердые расценки на каждый вид работ. Поэтому подрядные организации стараются уложиться в установленные сметы. К сожалению, на практике эти усилия сводятся к использованию более дешевых материалов, низко квалифицированной рабочей силы, что приводит к отрицательным последствиям. Цель Таргет-костинга – сделать процесс строительства, начиная с проектирования объекта, инновационным, не выходя за рамки заранее установленных затратных ограничений.

Для эффективного функционирования системы Таргет-костинг в строительной компании менеджеры должны четко представлять свои задачи на каж-

дом этапе. Нужно составить график выполнения работ и определить степень участия каждого подразделения. Здесь могут возникнуть как внешние, так и внутренние проблемы. График работ может быть нарушен по причине погодных условий, отсутствия необходимой рабочей силы, перебоев с материалами, несвоевременного заключения договоров с субподрядчиками, а также на аренду строительной техники по независящим от компании причинам.

В системе Таргет-костинг необходимо заранее выбрать состав поставщиков, установить требования к качеству и надежности материалов, их цене, определить уровень интеграции с поставщиками. Самым важным условием успешного внедрения системы Таргет-костинг и ее последующего эффективного использования в строительстве является постоянный мониторинг результатов, которые оформляются в виде специальных управленческих отчетов.

Дальнейшее эффективное развитие строительной отрасли в Республике Татарстан на данном этапе невозможно без внедрения современных инструментов управления затратами и результатами деятельности строительных компаний. Основой для повышения эффективности функционирования строительной отрасли должны послужить такие элементы управленческого учета как бюджетирование, Таргет-костинг и система управления запасами Just-in-time.

### *Литература*

1. «Основные показатели социально-экономического развития Республики Татарстан в 2015 году» Сайт Министерства финансов Республики Татарстан [Электронный ресурс] // URL: [http://mert.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub\\_461534.pdf](http://mert.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_461534.pdf) (дата обращения 06.04.16).
2. «О жилищном строительстве в 2015 году» Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // URL: [http://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d06/19.htm/](http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/19.htm/) (дата обращения 1.04.16).
3. «Социально-экономическое положение Республики Татарстан (комплексный информационно-аналитический доклад), январь-февраль 2016г.» Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по РТ [Электронный ресурс] // URL: [http://tatstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/tatstat/ru/publications/official\\_publications/electronic\\_versions/](http://tatstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tatstat/ru/publications/official_publications/electronic_versions/) (дата обращения 01.04.16).
4. Мониторинг цен на объекты недвижимости [Электронный ресурс] // URL: <http://www.tatre.ru/price/> (дата обращения 02.04.16).
5. Azmitov, R.R. and L.L. Korabelnikova, 2015. Problems of implementation of management accounting automation in Russia. Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 6 №1S3: 384–385.
6. Ivashkevich, V.B. and N.S. Spiryagina, 2015. The responsibility for the faithfulness of the accounting statements of enterprises. Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 6 № 1S3: 357–360.
7. Kaspina, R.G. and L.A. Plotnikova, 2014. Accounting of external economic activity of Russian companies: Experience and difficulties. Life Science Journal, 11 (11): 108–111.

8. Needles Jr., B.E., A. Shigaev, M. Powers and M. L. Frigo, 2014. Operating characteristics of high performance companies: Strategic direction for management. *Studies in Managerial and Financial Accounting*, 28: 25–51.